

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский государственный педагогический университет»  
Институт музыкального и художественного образования  
Кафедра художественного образования

**ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ  
ДЕТСКОЙ УРАЛЬСКОЙ ШКОЛЫ ДИЗАЙНА**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа  
Допущена к защите  
Заф. кафедрой

\_\_\_\_\_

дата

\_\_\_\_\_

подпись

Руководитель ОПОП

\_\_\_\_\_

подпись

Исполнитель:  
Хитрик Полина Сергеевна  
обучающаяся БД-51z группы

\_\_\_\_\_

(подпись)

Научный руководитель:  
Кардашев Арсен Владимирович  
доцент кафедры художественного  
образования

\_\_\_\_\_

(подпись)

Екатеринбург, 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. АНАЛИЗ ПРОЕКТНОЙ СИТУАЦИИ.....	5
1.1. Анализ проектной ситуации.....	5
1.2. Анализ прямых и косвенных аналогов.....	8
1.3. Портрет потребителя.....	35
ГЛАВА 2. ФОРМУЛИРОВКА ПРОЕКТНОЙ КОНЦЕПЦИИ.....	38
2.1. Проектные проблемы.....	38
2.2. Проектные задачи.....	39
2.3. Видовой образ и проектная концепция .....	40
ГЛАВА 3. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ.....	42
3.1. Описание формального решения.....	42
3.2. Обоснование цветографического решения.....	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	44
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	45
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	47

## ВВЕДЕНИЕ

Фирменный стиль - один из основополагающих факторов продвижения бизнеса, который является основным носителем элементов, выполняющих представительскую, обозначающую и идентифицирующую функции. Первостепенные задачи фирменного стиля определенно связаны с созданием образа организации, который должен легко запоминаться и привлекать внимание.

Функции фирменного стиля – нести уникальную концепцию, определяющую вектор развития организации и место в структуре прочих учреждений. На ряду с этим, фирменный стиль решает функции, связанные с формированием положительного отношения потребителя, повышения идентификации (узнаваемости) детской уральской школы дизайна.

Качество образования, которое предоставляет любое учебное заведение, нельзя оценить до его получения. Поэтому репутация учебного заведения, его популярность и узнаваемость оказывают огромное влияние при совершении выбора потенциальными учащимися. При помощи хорошо проработанного фирменного стиля, элементы которого будут присутствовать на полиграфической продукции, рекламных объявлениях и сайте образовательного учреждения, можно управлять интересом и обсуждениями в обществе.

Таким образом, разработка эффективного фирменного стиля как одной из важнейших составляющих успеха образовательного учреждения является **актуальной** и востребованной задачей.

**Актуальность** определила выбор темы данной выпускной квалификационной работы: «Дизайн фирменного стиля детской уральской школы дизайна».

**Цель художественно-творческого проекта:** разработать дизайн фирменного стиля детской уральской школы дизайна.

**Объект художественно-творческого проекта:** фирменный стиль детской уральской школы дизайна.

**Предмет художественно-творческого проекта:** элементы фирменного стиля детской уральской школы дизайна.

**Задачи художественно-творческого проекта:**

1. Выявить проектные проблемы и проектные задачи.
2. Сформировать портрет потребителя.
3. Определить специфику фирменного стиля детской уральской школы дизайна.
4. Выявить инструменты дизайна и рекламы, которые будут эффективно использоваться при создании фирменного стиля школы дизайна.
5. Разработать проектные решения с учетом эстетической выразительности и функциональности стиля.

**Ключевые слова:** ДЕТСТВО, КАРАНДАШ, ДИНАМИКА, ПОЧЕРК, ПЛАСТИКА, ДВИЖЕНИЕ, РИСУНОК, ЭСТЕТИКА, ЛАКОНИЧНОСТЬ.

Процесс работы над художественно-творческим проектом включает в себя следующие **методы**:

- *теоретические*: изучение литературных источников по проблеме исследования, анализ аналогов, изучение портрета потребителя;
- *эмпирические*: наброски, эскизирование, поиск формального решения в соответствии с проектными задачами.

**Практическая значимость работы:** разработанный дизайн фирменного стиля повысит узнаваемость детской уральской школы дизайна, обозначит положение на рынке услуг среди конкурентов, обеспечит эффективное продвижение учебного учреждения.

Выпускная квалификационная работа состоит из содержания, введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложения. Графическая часть проекта включает в себя три планшета (размерами 800/600 мм.) и брендбук (формат А5).

# ГЛАВА 1. АНАЛИЗ ПРОЕКТНОЙ СИТУАЦИИ

## 1.1. Анализ ситуации

Формальное решение фирменного стиля детской школы дизайна формируется на основе особенностей имиджа школы и передает ценности, цели, задачи и статус школы.

Уральская детская школа дизайна – коммерческая организация. Школа подразделяется на две категории:

1. Курсы по подготовке учеников к поступлению в высшие учебные заведения на творческие специальности в сфере дизайна.
2. Мастер-классы, лекции и воркшопы для учеников общеобразовательных школ и колледжей, а также для студентов высших учебных заведений, обучающихся на творческих специальностях в сфере дизайна.

Детская уральская школа дизайна – стабильное, динамично развивающееся негосударственное общеобразовательное учреждение. Прочно занимает лидирующие позиции на рынке образовательных услуг.

Сотрудников школы объединяет стремление к общему успеху, возможность самореализации в профессиональной сфере. Компетентность, высокий профессиональный уровень и творческая работа всего коллектива гарантирует получение учениками качественной подготовки к поступлению в высшие учебные заведения.

Школа дизайна ведет активную деятельность в социокультурном пространстве города Екатеринбург, области и страны. Учащиеся школы участвуют в выставках, конкурсах, фестивалях изобразительного искусства и графического дизайна.

Учащиеся детской уральской школы дизайна имеют разный уровень художественной подготовки. Художественная подготовка подразумевает собой три фактора определения компетентности ученика в творческой сфере:

1. Ученик без опыта рисования.
2. Ученик со средней подготовкой и навыками в области рисования.
3. Ученик, имеющий представление о построении композиции, перспективы, сочетании цветов, работы с формами, создании полноценного рисунка.

Ученики без опыта работы с рисунком обучаются в школе дизайна 2 года, 3 раза в неделю.

Ученикам со средней подготовкой предоставляется возможность выбрать формат обучения: 2 года и занятия 2 раза в неделю и 1,5 года с занятиями 3 раза в неделю.

Ученики с богатым творческим потенциалом и большим опытом работы с рисунком обучаются 1 год 2 раза в неделю.

Все три разно подготовленные группы сдают каждый триместр экзамены и выполняют творческие задания. Группы разделяются на два временных формата: утренние и вечерние.

По завершению курсов ученикам выдается сертификат об успешном окончании школы дизайна и созданное за время обучения, оформленное в фирменном стиле школы портфолио в электронном и распечатанном виде.

Для посещения разовых курсов, мастер-классов и воркшопов приглашаются ученики художественных школ, колледжей и студенты, обучающиеся на творческих профессиях, которые также получают сертификат о прослушивании тех или иных курсов.

Цели школы дизайна:

1. Развитие интеллектуальных и творческих способностей: обучение анализировать, размышлять, осуществлять системный подход к решению проблем, создавать, творчески мыслить.
2. Развитие внутреннего мира, способности понимать себя и другого, способности эмпатировать, сопереживать.

3. Формирование опыта творческой деятельности и готовности к ней.

4. Развитие личностных качеств: готовности принимать собственные решения, отвечать за свои поступки, развитие силы воли.

Задачи детской уральской школы дизайна:

1. Осуществлять организационный процесс по подготовке к успешному поступлению учащихся в высшие учебные заведения на творческие профессии в сфере дизайна.

2. Способствовать развитию детей творчески мыслить и развиваться, создавать дизайнерские продукты, быть конкурентоспособными.

3. Преобразовывать уральскую креативную индустрию через популяризацию творческих профессий.

4. Поддерживать высокий статус школы, быть конкурентоспособными, одними из лучших в сфере подготовки учащихся для их поступления в высшие учебные заведения творческих профессий в сфере дизайна.

5. Обучать учащихся по современным методикам, предоставлять необходимые инструменты для эффективного учебного процесса: от литературы до современной компьютерной техники.

Конкурентное преимущество детской уральской школе дизайна обеспечивают: удобное место расположения; эффективное обучение с помощью современных технологий (графические планшеты, компьютеры и ноутбуки с высокой производительностью, телевизоры с большим и четким экраном для представления презентаций и пр.); комфортная мебель; зона отдыха; просторная столовая с большим выбором блюд; комфортный сан. узел.

Детская уральская школа дизайна – это высокий профессионализм, ответственное отношение к работе, внимательность, чуткость, доброжелательность, сердечность и чуткий подход к каждому обучающемуся; гарантия развития творческих способностей у учащихся.

Внутренняя атмосфера школы – атмосфера взаимопонимания, поддержки, доверия и дружбы, успешной учебы, саморазвития, профессионализма, стремления вперед.

Фирменный стиль детской уральской школы дизайна отражает:

1. Особенность деятельности школы.
2. Конкурентоспособность на рынке услуг.
3. Достоинство предоставления лица школы, обеспечение ее узнаваемости среди массы других аналогичных учреждений.

Для создания фирменного стиля детской уральской школы дизайна необходим определенный набор отличительных черт, позволяющих потребителю моментально выделить данную компанию, товары и услуги среди конкурентов.

Таким образом определяются основные задачи фирменного стиля детской уральской школы дизайна:

1. Узнаваемость детской уральской школы дизайна.
2. Отражение специфики деятельности школы.
3. Формирование у потенциального потребителя (студенты и школьники, посещающие курсы и мастер-классы школы, учащиеся и их родители) положительное впечатление о данном учебном учреждении.
4. Идентификация на рынке подобных услуг среди конкурентов.

## **1.2. Анализ прямых и косвенных аналогов**

Создание фирменного стиля начинается с маркетинговых исследований. Анализ фирменных стилей аналогичных школ дизайна



обеспечивают разработку индивидуального фирменного стиля для идентификации школы на рынке подобных услуг.

#### 1. Школа дизайна СПбШТ.

СПбШТ - школа федерального уровня, представляющая собой общегосударственную сеть образовательных центров. Филиалы школы находятся в 21 городе России. [17]. Школа СПбШТ предоставляет обучение по изучению таких творческих профессий как гитарист, барабанщик, визажист, стилист, дизайнер одежды, графический дизайнер, web дизайнер и пр.

Школа дизайна СПбШТ имеет подразделения по курсам: колористика, рисование, живопись, анимация, графический дизайн, web-дизайн, изучение 3D Max'а и дизайна интерьера, дизайн одежды, HTML-верстка, изучение CMS-системы, продвижение сайтов, интерактивная анимации и верстка журналов.

В фирменном знаке школы четко видна ее деятельность: изображенные кисть с карандашом и ноутбук предоставляют информацию о разносторонности школы: имеются курсы по живописи, рисованию, проектированию и компьютерной графике. Также данные элементы объединены в форму герба, ассоциирующегося с защищенностью, прочностью школы, дружелюбией и согласии. Помимо герба данный символ рассматривается как знак «коммуникация», идея, слово, сообщение.

Фирменный знак выполнен с помощью плавных линий, говорящих о гибкости школы, мягкости, дружелюбии.

Все курсы, имеющиеся у школы, различаются по цветам: в данном случае фирменные цвета курсов школы дизайна – белый и оранжевый.

Белый цвет означает чистоту, духовность, простоту, безопасность, мир. Цвет полной открытости, готовности воспринимать мир во всем его многообразии.

Оранжевый цвет – цвет веселья, дружелюбности, открытости. Он помогает вызвать прилив жизненных сил, дает оптимистический тонус, позитив. Оранжевый считается цветом творчества.

Шрифт, используемый в логотипе - без засечек, жирной толщины, написан заглавными буквами – что говорит о твердости, решительности, четкости и серьезности организации. Шрифты без засечек носят универсальный характер. Повышают читабельность, упрощают понимание текста.

Фирменный стиль СПбШТ - лаконичный, простой (см. рис. 1.2.1).

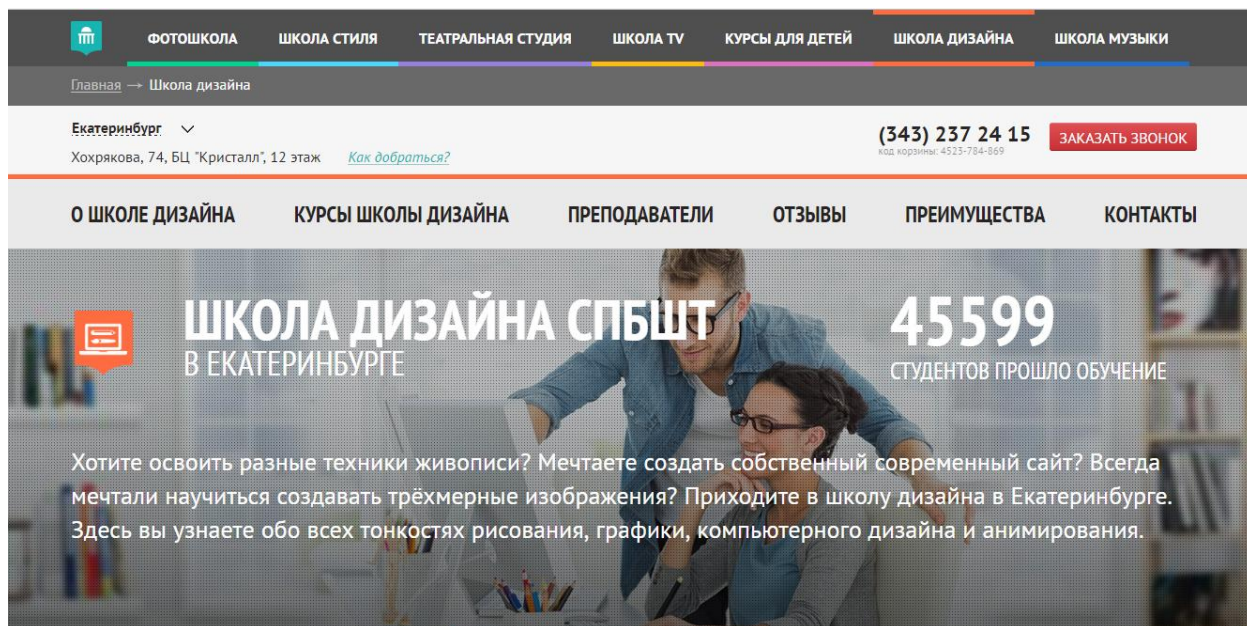


Рис.1.2.1 Товарный знак и сайт СПбШТ

## Design Studio School.

Школа компьютерной графики Design Studio School является официальным учебным центром компании Autodesk в Екатеринбурге. Школа предоставляет высококачественное образование в сфере 3D графики. Программы подразделяются на несколько курсов: базовый, продвинутый и основной. Также помимо 3D графики у школы имеются курсы по изучению Adobe Photoshop. Все специалисты данного учебного центра являются практикующими специалистами, архитекторами, дизайнерами и визуализаторами. Профессиональное образование Design Studio School помогает освоить современные методы проектирования, ускорить и оптимизировать свою работу и перейти на новый профессиональный уровень. [18].

Фирменный знак студии выполнен в современном стиле – тренд 2014-2015 годов – полигональная форма (Low Poly) с использованием рамки и лаконичного, легко читаемого шрифта (см. рис. 1.2.2).

Полигон (от греч. *polýgonos* – многоугольный), полигональная линия (математическая), ломаная линия, составленная из конечного числа прямолинейных отрезков (звеньев). Под полигоном также понимают замкнутую ломаную линию, т. е. многоугольник. [19]. Полигоны используются в цифровой графике – что характерно для данной студии, тем самым показывая деятельность школы.

Фирменный знак студии хочется рассматривать, дотронуться до него, повернуть, изучить, он привлекает своей формой, объемностью, имеет приятные цвета для восприимчивости глаза – синий и голубой.

Полигональную форму обрамляет рамка, но не полностью, а лишь по краям. С одной стороны, рамка заявляет о защищенности, устойчивости, твердости характера, консерватизма школы, с другой – дает свободу мысли, открытости, полету воображения. Создается впечатление, что полигональная форма вырывается на свободу – фактор формообразования

данного товарного знака интерпретируется как тяга к знаниям, самосовершенствование и достижение целей.

Синий цвет передает консервативность, спокойствие, организованность и силу духа школы. Синий цвет ассоциируется с такими приятными вещами как бесконечность, небо, целомудрие.

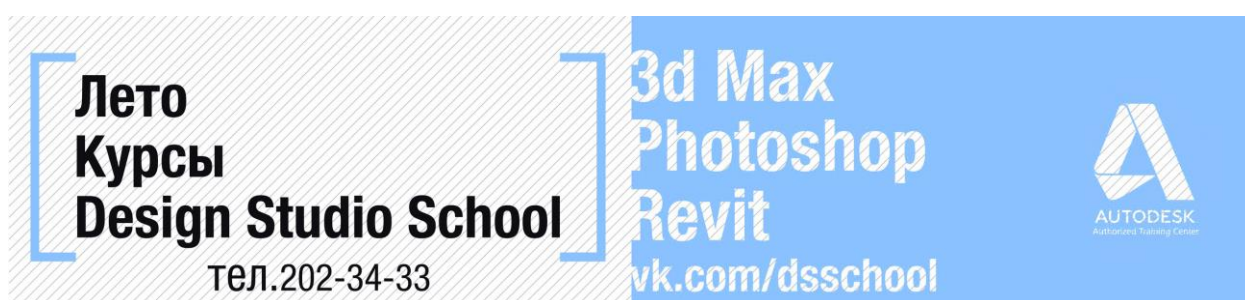
Голубой – цвет успокоения, надежности - возможность быть вне границ общества, расширяет пространство.

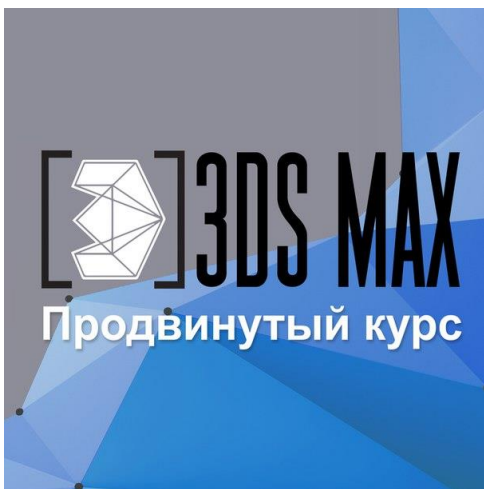
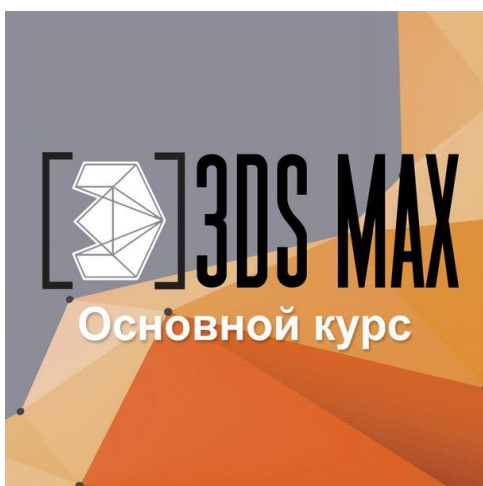
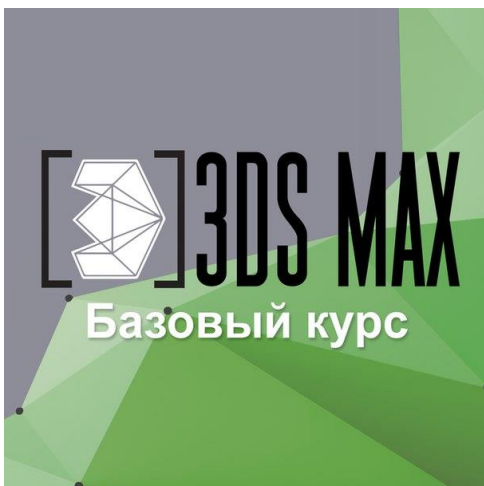
Шрифт в логотипе легко читаемый, состоит из заглавных букв без засечек, с широким интервалом между букв и строк, что основывается на приятном восприятии для глаза и положительных ассоциациях.

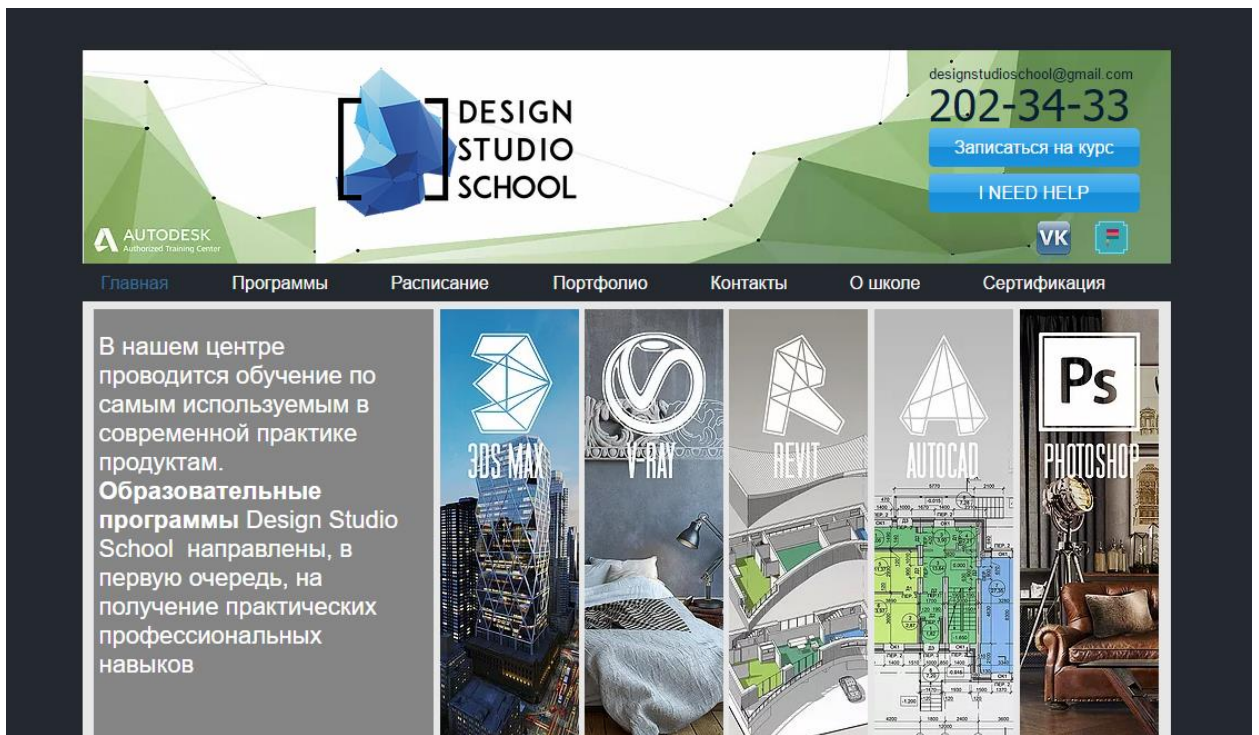
Полигональная графика – это смесь ретро и футуризма. Стил ь не подвластен времени, который можно видоизменять, индивидуализировать, и экспериментировать с ним до бесконечности. LowPoly всегда смотрится стильно, модно и самобытно (см. рис. 1.2.3)



Рис. 1.2.2. Товарный знак Design Studio School









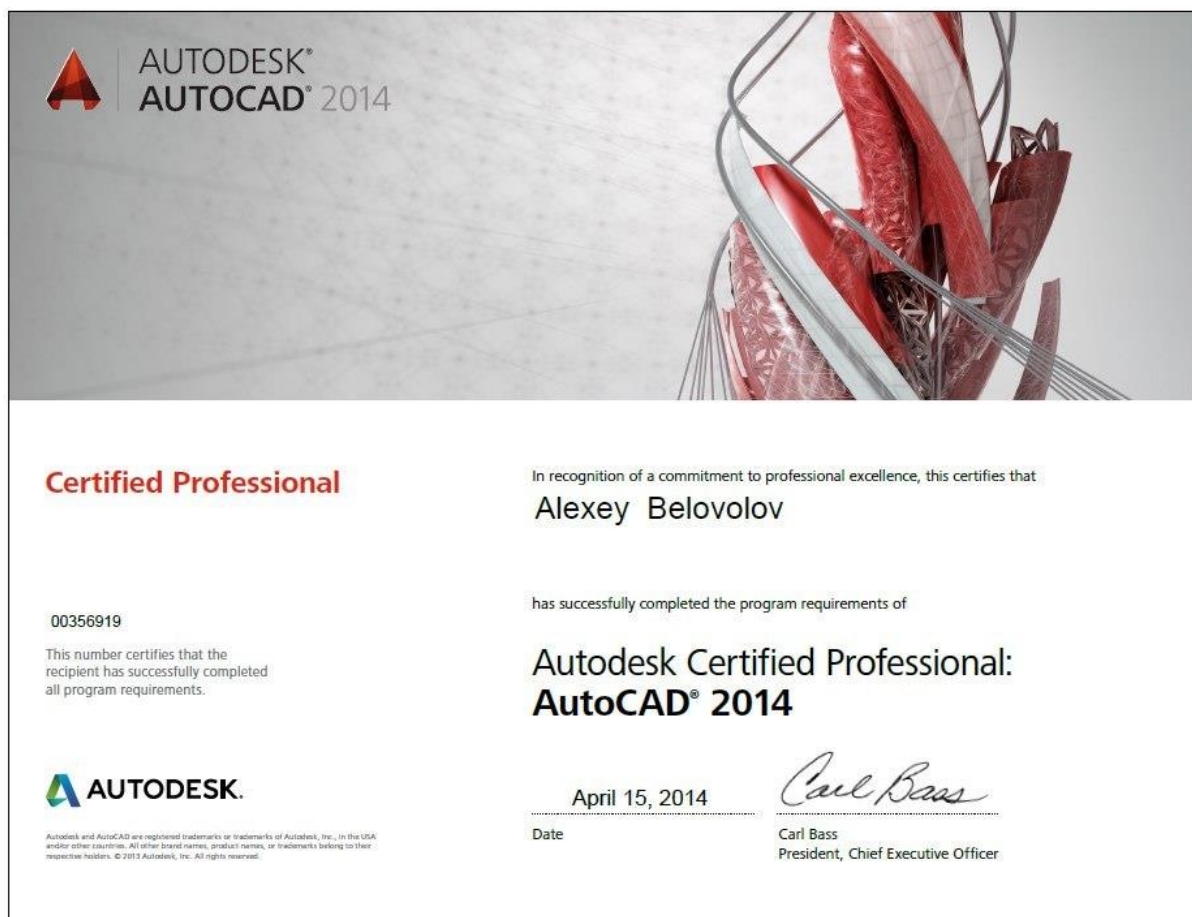


Рис. 1.2.3 Сайт и элементы фирменного стиля Design Studio School

## 2. Уральская Академия Современных Информационных Технологий.

«Уральская Академия Современных Информационных Технологий» - крупнейший учебный Центр на Урале с огромным опытом проведения обучения в Екатеринбурге. Академия была основана на базе Учебного Центра ООО «Компьютер-Центр», чья история развития берет истоки в 1998 году.

«Компьютер-Центр» был открыт как центр повышения квалификации в сфере информационных технологий и компьютерного обучения в Екатеринбурге.

В процессе работы Учебного Центра четко выделились четыре основных направления:

1. Направление Компьютерной графики и дизайна.
2. Направление Интернет-технологий.
3. Направление Администрирования локальных вычислительных сетей.
4. Направление Применения IT-технологий в бизнесе. [20].

В фирменном знаке компании содержится аббревиатура IT в объемном темно-голубом квадрате с мягкими углами (см. рис. 1.2.4).

IT (читается «ай-ти») это сокращенное английское словосочетание Information Technology, что дословно переводится как Информационные Технологии (ИТ). Информационные технологии (ИТ или IT) – это множество взаимосвязанных научных и технических областей знания, которые изучают и применяют на практике методы создания, обработки, хранения, защиты и передачи информации с помощью вычислительной техники. [21].

Следовательно, фирменный знак напрямую показывает деятельность школы и знания в какой сфере она дает. Шрифт в фирменном знаке мягкий, с округлыми формами создает впечатление доверия, дружбы, поддержки. Хвостик у буквы i сформирован в виде листика, что напрямую

ассоциируется с брендом Apple - международным лидером на рынке компьютерных технологий.

В фирменном знаке аббревиатура it заключена в квадрат с округлыми формами, напоминающую иконку приложений на телефонах с операционной системой IOS от Apple. Так же этот квадрат можно интерпретировать как иконку знаменитых графических программ фирмы Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign и др.).

Градиент от темно-голубого к светло-голубому и блики добавляют объемности к знаку.

Голубой цвет ассоциируется с небом, безмятежностью, мечтаний. Голубой успокаивает, расширяет пространство, дает глубоко мыслить, свободно размышлять. Это цвет мира и согласия.

Из вышеперечисленного создается впечатление, что фирменный знак создан с целью ассоциировать школу с международными лидерами компьютерных технологий - Apple и Adobe, что повышает к школе доверие и профессионализм.

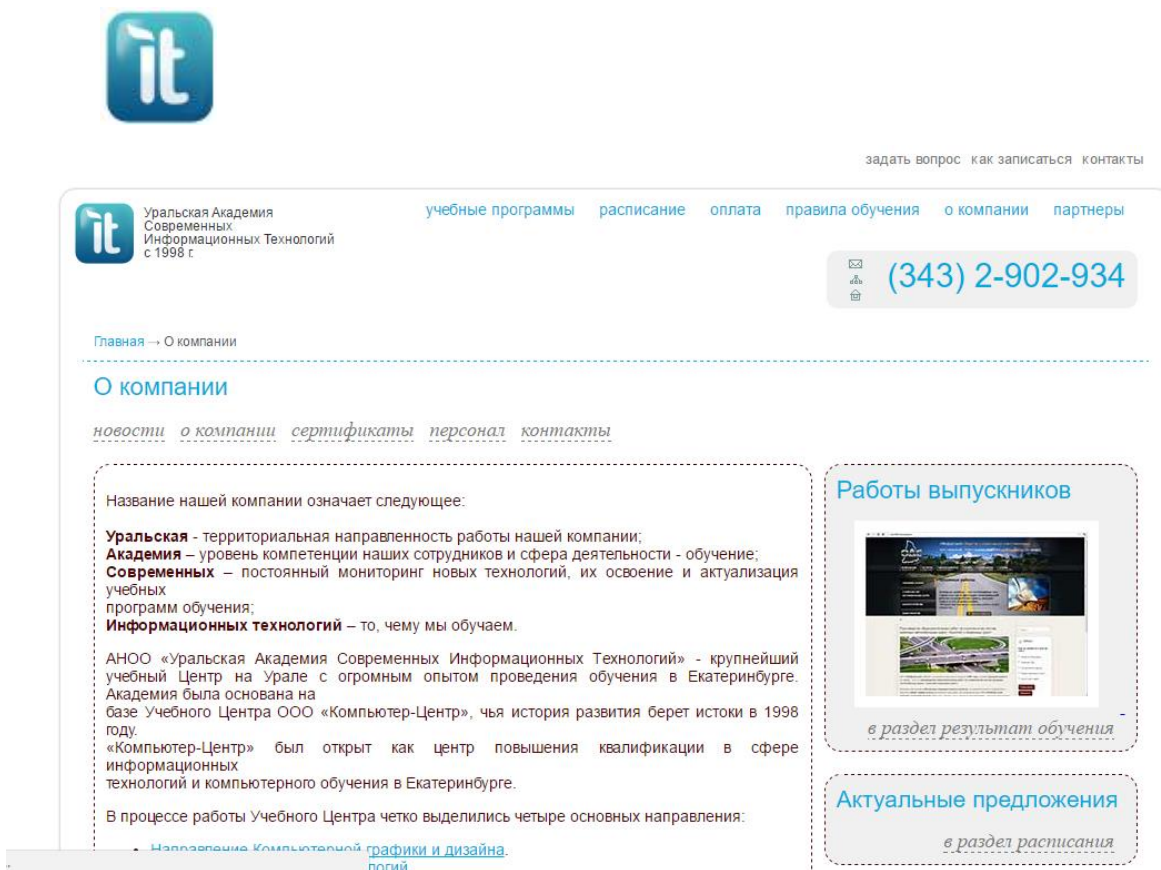


Рис. 1.2.4 Фирменный знак и сайт Уральской Академии Современных Технологий

4. Высшая школа изобразительных искусств (Известная как Дрезденская академия изобразительных искусств (Hochschule für Bildende Künste Dresden)).

Высшая школа изобразительных искусств - одно из старейших высших учебных заведений Саксонии. Основана в 1764 году и имела название «Академия живописи, скульптуры, гравюры и архитектуры». В 1950 году, после объединения с Высшей школой художественного ремесла, академия была переименована в Высшую школу изобразительных искусств.

Направления школы: Изобразительное искусство; Технология искусства; Консервация и реставрация произведений искусства; Дизайн декораций и костюма; Театральное оформление; Арт-терапия. [22].

Логотип высшей школы изобразительных искусств шрифтовой. Выполнен с помощью прямых линий, узких заглавных букв, без засечек. Логотип в данном случае – самодостаточный объект. Скульптура (см. рис. 1.2.5).

Фирменный стиль школы несут за собой характер: строгость, изящность, историю, главенство, лаконичность, современность.

В правой части сайта имеется графическая фигура, - некий штрих с элементом красной округлой формы. Данная фигура ассоциируется с полетом мысли, фантазией, творческим мышлением.

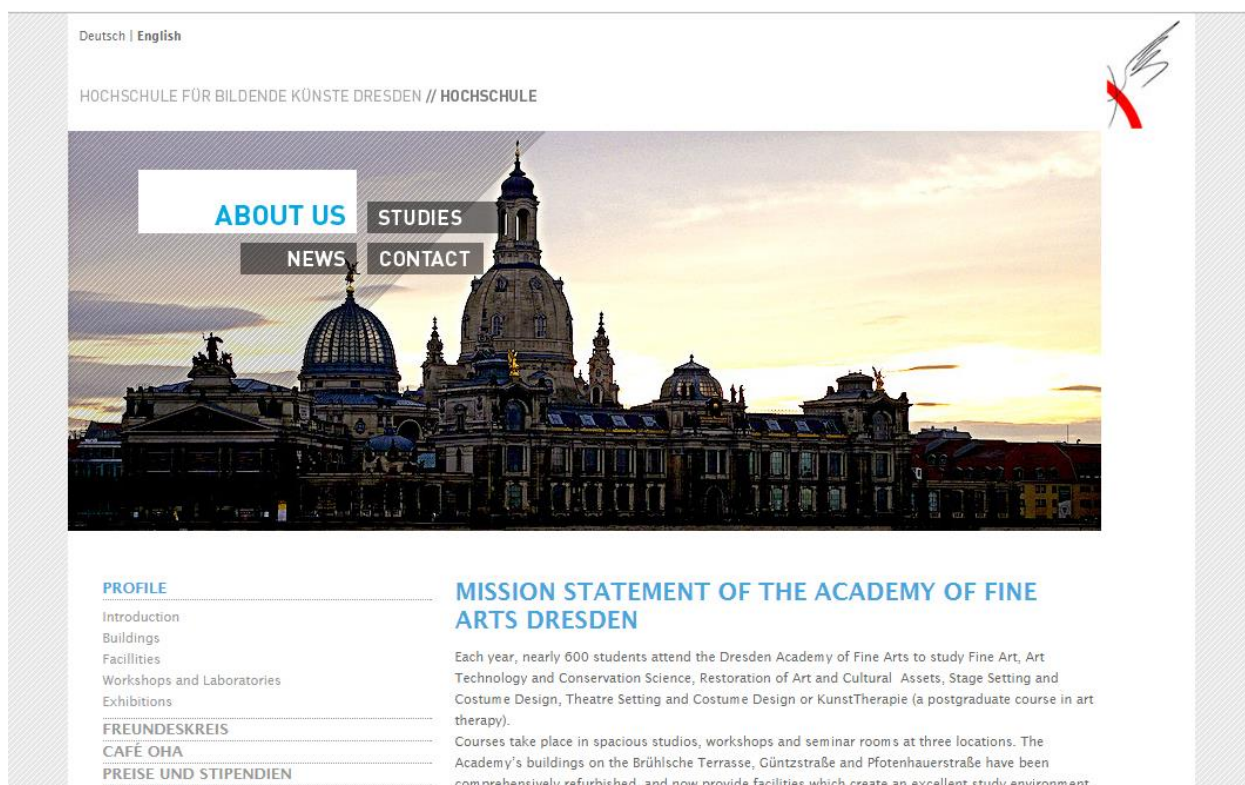


Рис. 1.2.5 Логотип и сайт Высшей школы изобразительных искусств

## 5. Британская Высшая Школа Дизайна.

Британская высшая школа дизайна в Москве является одним из важнейших образовательных центров России, специализируясь на профессиональном образовании в сфере творческих отраслей и развиваясь на основе тесных партнерских связей с факультетом креативных и культурных индустрий Университета Хартфордшира (Великобритания).

Британская высшая школа дизайна успешно развивает два основных направления подготовки специалистов дизайнерских профессий. В первую очередь, это британские программы высшего образования, на которых студенты в течение нескольких лет получают фундаментальную подготовку на уровне мировых стандартов качества с последующим присвоением международных академических наград и возможностью прохождения части обучения в Великобритании. Другое направление — учебные программы, разработанные в рамках стандарта российского дополнительного образования и предназначенные для переквалификации, а также непрерывного развития практикующих дизайнеров. [23].

Главным элементом логотипа и айдентики стали зеркало и «все визуальные элементы, связанные с отражением». «Эта концепция ретранслирует многообразие культур, форм самовыражения и способов проявления творческой индивидуальности, заложенных в основе ценностей школы», — говорится в сообщении школы. Общий вид логотипа остался прежним, но изменился в деталях.

«Идея зеркала безгранична, как по своей сути, так и по возможностям её интерпретации. Здесь и отражение знаний преподавателей в учениках, и объединение нескольких дисциплин одной идеей, ведь зеркало отражает всё. Эта идея уникальна ещё и тем, что создание фирменного стиля – лишь первый шаг в её реализации. Теперь всё зависит от преподавателей, администрации Школы и, самое главное, студентов. Что они захотят отразить в этом зеркале? Как заполнить это пространство? Так что самое

интересное только начинается». – говорит глава московской дизайн студии Moscow Design Studio Илья Рудерман. [24].

Фирменный стиль Британской высшей школы дизайна является полностью проработанным, творчески обдуманым и профессионально созданным продуктом (см. 1.2.6). Айдентика передает профессионализм школы, стремление добиваться высшего качества работы, предоставляя лучшие интеллектуальные, организационные, информационные и технические ресурсы для успешной карьеры своих выпускников.

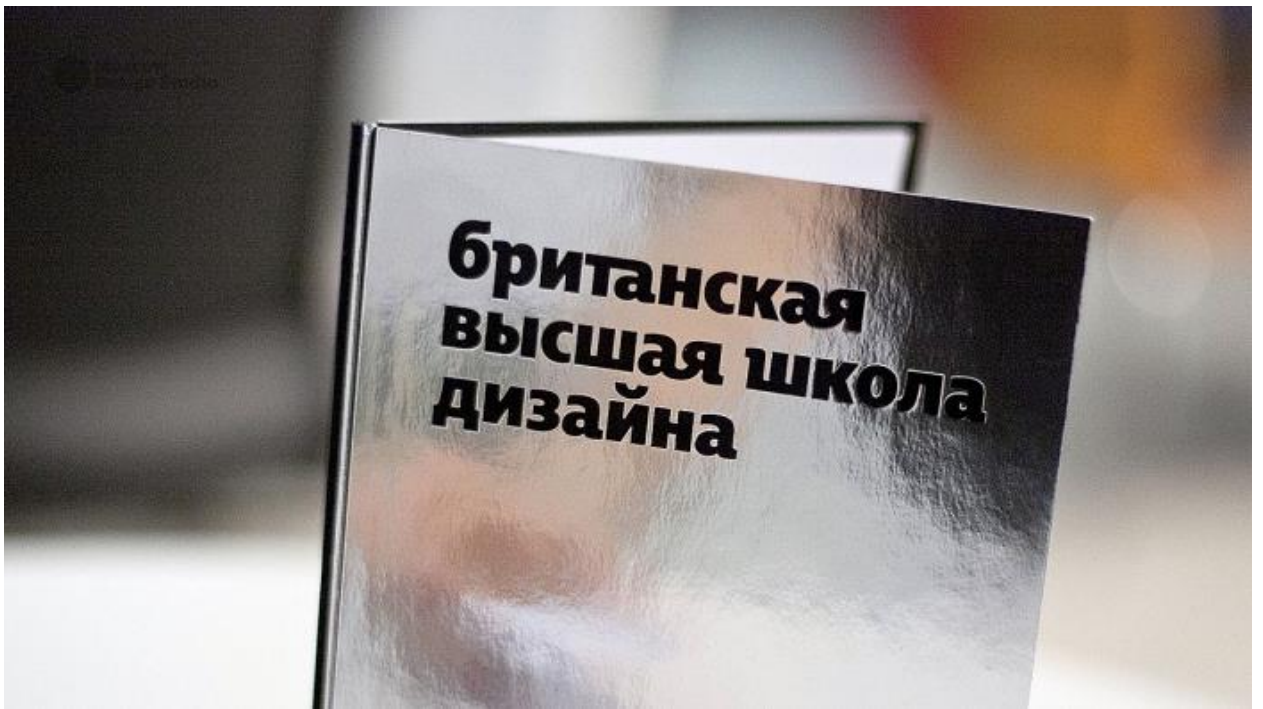


# британская высшая школа дизайна





















Moscow  
Design Studio









О школе / Образовательные программы /  
 Поступление и обучение / Международное партнерство /  
 Дни открытых дверей / Иностранные студенты / Вопросы и ответы / Условия поступления  
 Стоимость обучения / График учебного года / Поддержка студентов / Языковой центр  
 Центр информационных ресурсов / Размещение и проживание  
 Связи с индустрией / Ассоциация выпускников /

британская  
 высшая школа  
 дизайна

EN

Консорциум ▾

## ПОСТУПЛЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ



Рис. 1.2.5 Сайт и элементы фирменного стиля Британской высшей школы дизайна

После проведенного исследования и рассмотрения вариантов создания фирменных стилей отечественных и иностранных образовательных учреждений в сфере дизайн-образования, формулируются следующие выводы:

1. Фирменный стиль создается, исходя из целей, задач, миссии компании. Учитывается история бренда, целевая аудитория и позиционирование себя на рынке подобных услуг.
2. Читаемость, простота, благоприятное впечатление, придание солидности, формирование образа фирмы – главные составляющие в разработке фирменного стиля.
3. Эффективно разработанный фирменный стиль обеспечивает компании узнаваемость, идентичность и успех.

### **1.3. Портрет потребителя**

Фирменный стиль — отличительная черта, особенность, идентификация. Фирменный стиль не только создает образ компании, но и формирует определенный идеал, к которому компания стремится. Важное условие при разработке фирменного стиля – изучение портрета его потребителей.

Целевая аудитория детской уральской школы дизайна – студенты творческих профессий и учащиеся 10 и 11 классов: старшие школьники в возрасте от 16 до 18 лет, имеющие четкие представления о будущей профессии, желающие успешно поступить в высшие учебные заведения на творческие специальности, а также девушки и юноши с начальным художественным образованием (детская художественная школа, соответствующие курсы и кружки), с целью обогатить свои знания посредством обучения в школе и получить полезную для себя информацию в сфере дизайна и искусств, а также развитию творчески мыслить и подходить нестандартно к решению проблемных ситуаций.

Общая характеристика возраста. В учебнике по психологии для учащихся педагогических училищ Крутецкого В. А. главным фактором старших школьников является приобретение той или иной степени идейной и психической зрелости, которая достаточна для начала самостоятельной жизни. Учебная деятельность старшеклассников имеет гораздо более высокие требования к их умственной активности и самостоятельности. Для усваивания программного материала необходим достаточно высокий уровень развития обобщающего, понятийного мышления.

Характеризуя интересы старших школьников, прежде всего отмечается определение своих специфически устойчивых интересов к той или иной науке, отрасли знания, области деятельности. Такой интерес в старшем школьном возрасте приводит к формированию познавательно-профессиональной направленности личности, определяет выбор профессии, жизненный путь юноши или девушки. Наличие такого специфического интереса стимулирует постоянное стремление к расширению и углублению знаний в интересующей области. [1].

В книге Обуховой Л. Ф. «Детская возрастная психология» подчеркивается, что возраст юношества является важнейшим и основополагающим в жизни каждого человека, так как именно в это время у ребенка уже сформировано мировоззрение, определены собственные взгляды и точки зрения, заложены основы моральных и социальных установок личности, определены цели на дальнейшую жизнь, сформированы планы на будущее. Мечты становятся целями. Желания превращаются в осознанные шаги для достижения результатов. [2].

Целевая аудитория школы дизайна не только студенты и ученики, но и их родители. Они играют важную роль при выборе курсов для подготовки к поступлению учеников в высшие учебные заведения.

Статус родителей учеников уральской школы дизайна выше среднего. Они живут в Свердловской области г. Екатеринбурга и его окрестностях. Занимаемые должности: директор, заместитель директора, управляющий,

главный специалист и пр. Возраст родителей: 37-50 лет. Родителям предоставляется возможность участвовать в жизни школы, принимать участие в выставках, конкурсах, мероприятиях.

Обучение на курсах детской уральской школы дизайна воздействует на интересы и увлеченность учеников с профессиональной точки зрения как шаг в новую жизнь, получение опыта, обогащение знаний, саморазвитие, постановку целей и их достижение, умение творчески рассуждать, создавать абсолютно новые, творческие, индивидуальные продукты в сфере дизайна и искусства, отстаивать свою точку зрения, уметь выражать свои мысли посредством творчества.



## **ГЛАВА 2. ФОРМУЛИРОВКА ПРОЕКТНОЙ КОНЦЕПЦИИ**

### **2.1. Проектные проблемы**

Качественный фирменный стиль является одним из важнейших факторов продвижения бизнеса, его узнаваемости, определения своего статуса на рынке услуг среди конкурентов, прогрессивного имиджа и привлечения клиентов.

Элементы фирменного стиля обеспечивают узнаваемость организации, взаимодействие с коммуникацией, формируют точный ассоциативный ряд с деятельностью компании.

Разработанный дизайн фирменного стиля школы дизайна решает ряд определенных проблем:

1. Фирменный стиль как средство представления организации на рынке услуг.
2. Фирменный стиль как способ передачи уникальности и деятельности организации.
3. Фирменный стиль как способ подчеркивания имиджа и статуса организации.
4. Фирменный стиль - свидетельство надежности, гарант серьезности и конкурентоспособности.
5. Фирменный стиль как устойчивое положение на рынке услуг и гарантия длительного существования организации.
6. Фирменный стиль школы дизайна ориентирован на свою целевую аудиторию – школьников 10 и 11 классов и студентов высших заведений, учащихся на творческих профессиях в сфере дизайна.
7. Фирменный стиль как средство мгновенной идентификации, обеспечения узнаваемости школы дизайна.
8. Фирменный стиль – влияние и удержание стойкого интереса в школе и обучению как учащихся, так и его преподавателей.
9. Фирменный стиль – основа индивидуальности, положительного и прогрессивного продвижения бизнеса.

10. Фирменный стиль – ответственный подход к успешному созданию и продвижению бизнеса, укрепление своего статуса на рынке услуг, положительное влияние на свою целевую аудиторию.

Ключевые слова фирменного стиля школы – эстетичность, привлекательность, запоминаемость, выразительность, легкость восприятия и понимания.

## **2.2. Проектные задачи**

Отражение специфики и формирование положительного имиджа организации, уникальность, функциональность и привлечение клиентов – школьников и студентов - главные задачи при разработке фирменного стиля детской уральской школы дизайна.

При создании целостного фирменного стиля уральской детской школы дизайна разрабатываются индивидуальные компоненты для формирования восприятия и идентификации школы на рынке своих услуг.

Атрибуты фирменного стиля школы дизайна:

1. Логотип (шрифтовое начертание названия учебного заведения) и фирменный знак (графический символ учебного заведения) дополняют друг друга и создают единую композицию – комбинированный знак.
2. Фирменный цвет (цвета) – цветовая гамма фонов деловой документации, полиграфической продукции, шрифтов и пр.
3. Фирменный шрифт.
4. Фирменная деловая документация (визитки, бланки, афиши, папки, буклеты, диски, конверты).
5. Фирменная одежда (футболки, кепки).
6. Брендбук (brandbook).

Основные задачи разработки фирменного стиля уральской детской школы дизайна:

1. Подбор соответствующего визуального образа для положительной ассоциативной связи и смысловой нагрузки фирменного знака школы.
2. Уникальность, новизна идеи, отсутствие подражания существующим аналогам, лаконичность и эстетичность.
3. Запоминаемость, идентификация, успешное позиционирование бренда.
4. Поиск яркого, необычного формального решения.

Разработка фирменного стиля - аналитика рынка, грамотный подбор соответствующих шрифтов, цветов, композиционного решения, графического образа.

При разработке фирменного стиля детской уральской школы дизайна необходим подбор элементов фирменного стиля для поддержания положительного имиджа организации, конкурентоспособности и привлечения своей целевой аудитории.

Важная часть разработки фирменного стиля – композиционно правильное расположение элементов фирменного стиля на носителях школы дизайна (товарный знак и фирменные цвета школы размещаются на визитках, бланках, папках, афишах, буклетах, дисках, конвертах, одежде).

### **2.3. Проектная концепция**

Основная идея проектной концепции – разработка уникального, особого формообразующего приема, благодаря которому формируются положительные эмоции и происходит идентификация уральской школы дизайна среди остальных аналогичных учебных учреждений.

Проектная концепция создания фирменного стиля школы дизайна основывается на привлечении потенциальных клиентов и повышении эффективности коммуникаций и рекламы как инструментов продвижения данного учебного учреждения. Наличие фирменного стиля уральской



школы дизайна повышает эффективность поддержки статуса и узнаваемости на рынке оказываемых услуг. Формообразующий прием элементов фирменного стиля воздействуют на эмоциональное восприятие потребителя, создается формирование доверия.

Лаконичность, целостность, уникальность, комбинаторность товарного знака, простота, читаемость – ключевые слова проектной концепции фирменного стиля детской уральской школы дизайна.

### **3. ПРОЕКТНОЕ РЕШЕНИЕ**

#### **3.1 Обоснование формального решения**

Карандаш – графический образ фирменного знака детской уральской школы дизайна.

Карандаш интерпретируется как основной инструмент работы дизайнера и художника. Быстрый набросок, запись идеи, эскизирование, графика, пластика, графичность – ассоциации, возникающие при виде карандаша.

Фирменный знак выполнен с помощью одной непрерывной линии. Статичный, лаконичный, гибкий. Помимо образа карандаша в знаке прослеживается графичная, зеркально отраженная форма знака вопроса. Исходя из данных формообразований объекта выстраивается следующий алгоритм ассоциаций: «Есть вопрос? Решим!» Из образа знака вопроса форма превращается в образ карандаша и воспринимается как быстрая, творческая работа, запись концепта, идеи, вдохновения.

Плавность и гибкость линий, их толщина, мягкость углов и пластичность говорят об атмосфере взаимопонимания, уступчивости, дружелюбии, поддержки учеников школы. Умение подстраиваться под любую ситуацию, творчески мыслить, умственно и творчески развиваться, двигаться только вперед.

Выбор графического образа и формальное решение фирменного знака объясняется как предпосылка к учебным направлениям школы, подразделений на различные виды курсов по обучению в сфере дизайна.

Простота и лаконичность не перегружают композиционное решение и легко воспринимаются целевой аудиторией.

В элементы фирменного стиля входит эффект «почеркушности», графичности, как опознавательный сигнал фирменного стиля школы.

Фирменный шрифт уральской детской школы дизайна представлен в системе кириллической письменности, создан с помощью начертания без засечек и средней жирности букв. Благодаря данным признакам фирменный

шрифт охарактеризовывается как способ передачи ассоциаций со школой: серьезность, четкость, саморазвитие, поддержка, защита.

Товарный знак детской уральской школы дизайна – прекрасный пример отражения специфики и имиджа организации, созданный при минимальных средствах создания изображения, лаконичности и простоты.

Разработанный фирменный стиль детской уральской школы дизайна – графическое выражение того, чем школа отличается от других школ дизайна, ее особенности, отличительная черта, идентификация. Фирменный стиль школы дизайна используется в качестве наружной рекламы, в полиграфии и прочих носителях, предназначенных для постоянного контакта с целевой аудиторией школы, элементах деловой документации.

### **3.2 Обоснование цветографического решения**

Один из важных этапов разработки фирменного стиля – выбор фирменных цветов организации.

Цвет воздействует на подсознание и визуальное восприятие любого человека, пробуждает необходимые эмоции, декларирует корпоративные цели, задачи и ценности организации и служит ее идентификации.

При выборе фирменного цвета за основу взяты целевая аудитория школы, ее статус, престиж, цели и задачи организации.

Фирменные цвета школы дизайна - черный и белый.

Черный цвет – цвет мотивирования силы, созидания, содержательности, высокого престижа, статусности, элегантности. Черный цвет бросает вызов, он загадочен и спокоен.

Белый цвет означает легкость, единство, открытость, самоотдачу, бесконечность, свободу.

Взаимодействие этих цветов создает интенсивный контраст, влияющий на потребителя, привлекает и удерживает его внимание.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В ходе исследования проектной ситуации очевидно, что детской уральской школе дизайна необходима разработка фирменного стиля для создания узнаваемого, уникального, лаконичного имиджа организации.

В процессе работы над выпускной квалификационной работой были выполнены все поставленные задачи:

1. Проведен анализ прямых и косвенных аналогов.
2. Изучен портрет потребителя.
3. Изучены литературные и иные источники по теме.
4. Проанализирована и определена проектная ситуация.
5. Обозначен портрет потребителей фирменного стиля детской уральской школы дизайна.
6. Выявлены проектные проблемы.
7. Сформулированы проектные задачи.
8. Разработан фирменный стиль для детской уральской школы дизайна.

При разработке проектной концепции найден уникальный формообразующий прием, пластичный ход, придающий фирменному стилю школы дизайна индивидуальность, узнаваемость и лаконичность.

Таким образом, задачи были выполнены и цель достигнута. Разработан уникальный, лаконичный фирменный стиль, который будет служить для создания и продвижения положительного имиджа детской уральской школы дизайна, идентифицироваться и поддерживать высокий статус организации.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Крутецкий В. А. Психология для учащихся педагогических училищ. М.: Просвещение, 1989. 470 с.
2. Обухова Л. Ф. Детская возрастная психология. М.: Тривола, 1998. 349 с.
3. Глейнер Дж., Найт К. Дизайн. Разработка проектов. Разбуди свое вдохновение! СПб.: Питер, 2014. 248 с.
4. Возрастная психология: краткий курс лекций / М.Е. Хилько, М.С. Ткачева. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2013. 200 с. Серия: Хочу все сдать!
5. Дизайн: форма и хаос / Пол Рейд; [пер. с англ. И. Форонова]. М.: Изд-во Студии Академия Лебедева, 2013. 244 с.
6. Ковтанюк Ю. С. CorelDraw X4. М.: Эксмо, 2009. 528 с.
7. Лесняк В. Графический дизайн (основы профессии). М.: ИндексМаркет, 2011. 348 с.
8. Обухова Л.Ф. Детская (возрастная) психология: Учебник для студ. вузов. – М.: Российское педагогическое агентство, 1996. 374 с.
9. Раис Ф., Долджин К. Психология подросткового и юношеского возраста. СПб.: Питер, 2012. 240 с.
10. Робин Уильямс. Дизайн. Книга для недизайнеров. 4-е изд. СПб.: Питер, 2016. 240 с.
11. Роуден М. Корпоративная идентичность. Создание успешного фирменного стиля и визуальные коммуникации в бизнесе. М.: Добрая книга, 2007. 240 с.
12. Семенов В.Б. Товарный знак: битва со смыслами. СПб.: Питер, 2005. 189 с.
13. Туэмлоу Эл. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. М.: Астрель, АСТ, 2006. 256 с.
14. Уэйншенк С. 100 главных принципов дизайна. СПб.: Питер, 2016. 288 с. (Серия «Современный дизайн»).
15. Эвами М. LOGO. Создание логотипов. СПб.: Питер, 2009. 352 с.

16. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. СПб.: Питер, 2011. 208 с.

Интернет – ресурсы:

17. Школа дизайна СПбШТ в Екатеринбурге. Официальный сайт. Режим доступа: <http://videoforme.ru/faculty/designschool> (Дата обращения: 01.11.2016)

18. Design Studio School. Официальный сайт. Режим доступа: <http://www.ds-study.com/> (Дата обращения: 01.11.2016)

19. Блог фотобанка PressPhoto. Что такое полигональная графика? Режим доступа: <https://www.pressfoto.ru/blog/what-is-the-polygon-graphics-examples-and-tutorials/> (Дата обращения 03.11.2016)

20. Уральская Академия Современных Инновационных Технологий. Официальный сайт. Режим доступа: <http://s.itstudy.ru/Uchebnye-programmy.html> (Дата обращения: 05.11.2016)

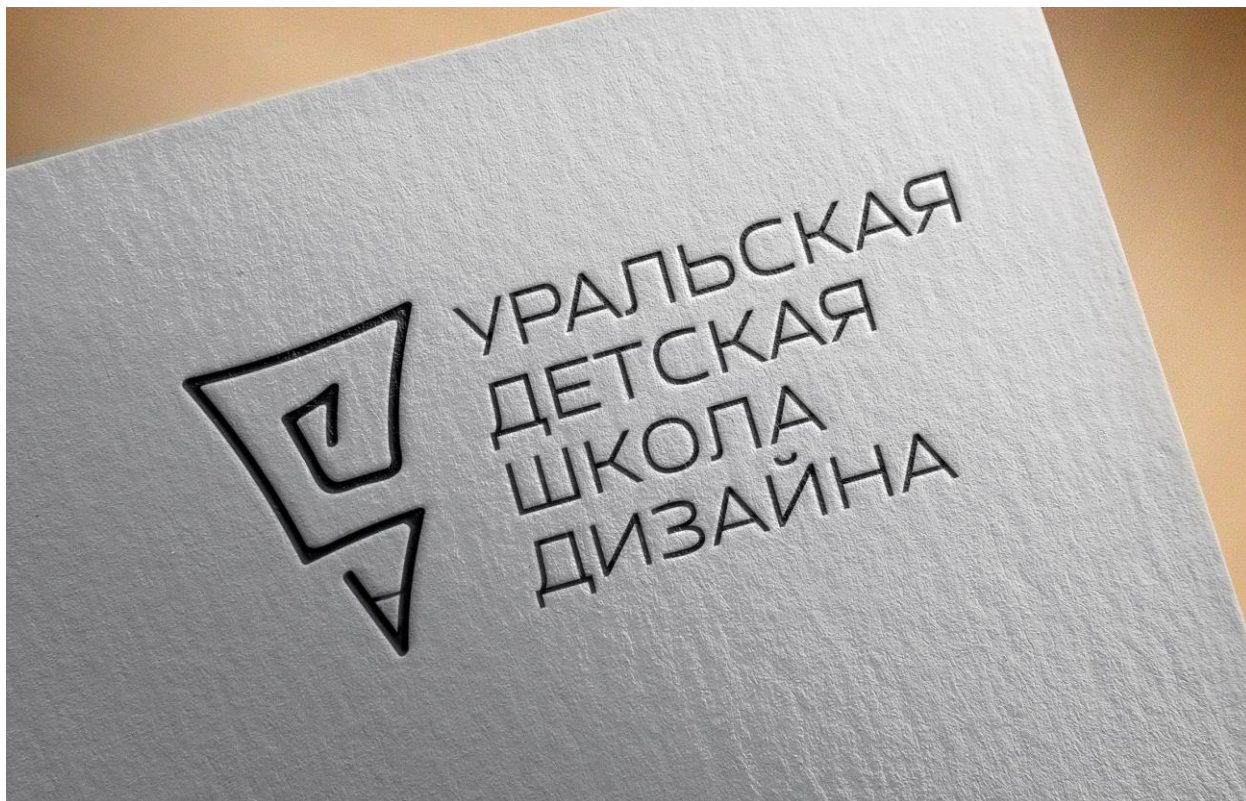
21. IT-уроки. Что такое IT? Режим доступа: <http://it-uroki.ru/uroki/urok-1-chto-takoe-it.html> (Дата обращения 05.11.2016)

22. Look At Me. Куда ехать учиться: Западная Европа и Скандинавия. Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/mag/archive/experience-other/149285-kuda-ehat-uchitsya-evropa> (Дата обращения: 05.11.2016)

23. Британская высшая школа дизайна. Официальный сайт. Режим доступа: <http://britishdesign.ru/about/> (Дата обращения: 06.11.2016)

24. Sostav.ru. Британка обновила айдентику. Режим доступа: <http://www.sostav.ru/publication/britanka-poluchila-firmennyj-stil-18515.html> (Дата обращения: 06.11.2016)

25. HabrHabr. Как правильно подобрать шрифт: пять принципов выбора и использования фигур. Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/219555/> (Дата обращения: 07.11.2016)



Комбинированный товарный знак уральской детской школы дизайна

## Приложение 2











Фирменный стиль уральской детской школы дизайна

